

**NIAT MENGGUNAKAN LAYANAN BSI MIKRO KUR PADA UMKM:
*APPLICATION OF BEHAVIORAL REASONING THEORY***



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH STRATA-1 (S1)**

OLEH

**TRISNAWATI
22108030024**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2026**

**NIAT MENGGUNAKAN LAYANAN BSI MIKRO KUR PADA UMKM:
*APPLICATION OF BEHAVIORAL REASONING THEORY***



SKRIPSI

**DIAJUKAN KEPADA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
SEBAGAI SALAH SATU SYARAT MEMPEROLEH GELAR SARJANA
MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH STRATA-1 (S1)**

OLEH

TRISNAWATI

22108030024

PEMBIMBING

RIZALDI YUSFIARTO, S.Pd.,M.M.

19901122 201903 1 012

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN KEUANGAN SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA
2026**

HALAMAN PENGESAHAN



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 550821, 512474 Fax. (0274) 586117 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-476/Un.02/DEB/PP.00.9/04/2026

Tugas Akhir dengan judul : NIAT MENGGUNAKAN LAYANAN BSI MIKRO KUR PADA UMKM:
APPLICATION OF BEHAVIORAL REASONING THEORY

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : TRISNAWATI
Nomor Induk Mahasiswa : 22108030024
Telah diujikan pada : Kamis, 09 April 2026
Nilai ujian Tugas Akhir : A

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Rizaldi Yusfiarto, S.Pd.,M.M.
SIGNED

Valid ID: 69f1917979bca



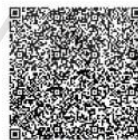
Penguji I
Dr. Darmawan, SPd.,MAB
SIGNED

Valid ID: 69dc96ac37bce



Penguji II
Furqonul Haq, S.E.I.,M.E.I
SIGNED

Valid ID: 69f0853f2e5e5



Yogyakarta, 09 April 2026
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, S.E., M.Si., Ak., CA., ACPA.
SIGNED

Valid ID: 69f1b2ed50a65

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Skripsi Saudari Trisnawati

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca meneliti memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara:

Nama : Trisnawati

NIM : 22108030024

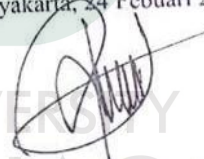
Judul : **Niat Menggunakan Layanan Bsi Mikro KUR Pada UMKM:**

Application Of Behavioral Reasoning Theory

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan/Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Ilmu Ekonomi Islam.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 24 Febuari 2026



Rizaldi Yusfiarto, S.Pd.,M.M.

19901122 201903 1 012

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trisnawati

NIM : 22108030024

Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul atas karya ilmiah saya yang berjudul: "Niat Menggunakan Layanan Bsi Mikro KUR Pada UMKM: *Application Of Behavioral Reasoning Theory*" adalah benar-benar merupakan hasil karya penyusunan sendiri, bukan diduplikasi ataupun saduran dari karya orang lain kecuali pada bagian yang telah dirujuk dan dibuat dalam bodynote serta daftar pustaka. Apabila di lain waktu terbukti adanya penyimpangan pada karya ini, maka tanggung jawab sepenuhnya ada pada penyusun.

Demikian pernyataan ini saya buat agar dapat dimaklumi.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 16 Febuari 2026



Penyusun,

Trisnawati

NIM. 22108030024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Trisnawati
NIM : 22108030024
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Niat Menggunakan Layanan Bsi Mikro KUR Pada UMKM: *Application Of Behavioral Reasoning Theory*”

berserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas *Royalty Non Exclusive* ini, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Yogyakarta

Pada Tanggal 16 Februari 2026

Yang Menyatakan



Trisnawati

NIM. 22108030007

SURAT PERNYATAAN BERHIJAB

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Trisnawati
Tempat dan Tanggal Lahir : Tugu Agung, 09 Desember 2002
NIM : 22108030024
Program Studi : Manajemen Keuangan Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa saya menyatakan diri dengan mengenakan jilbab untuk dipasang pada ijazah saya. Atas segala konsekuensi yang timbul di kemudian hari sehubungan dengan pemasangan pas foto berjilbab pada ijazah saya tersebut adalah menjadi tanggung jawab saya sepenuhnya

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 20 Febuari 2026



Trisnawati
NIM. 22108030024

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN MOTTO

Setiap perjuangan memiliki waktunya.



HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan penuh rasa syukur, skripsi ini kupersembahkan untuk Ayah dan Ibu tercinta, yang tak pernah lelah mendoakan, menguatkan, dan mempercayai setiap langkahku. Terima kasih atas cinta yang tidak pernah bersyarat dan pengorbanan yang tak terhitung. Karya ini adalah bukti kecil dari harapan besar yang kalian titipkan. Selain itu, karya sederhana ini juga Aku persembahkan kepada keluarga, sahabat, serta seluruh pihak yang telah memberikan dukungan dan motivasi hingga terselesaikannya penelitian ini.



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan 0543b/U/1987.

A. Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bā'	b	be
ت	Tā'	t	te
ث	Šā'	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jīm	j	je
ح	Ḥā'	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Khā'	kh	ka dan ha
د	Dāl	d	de
ذ	Žāl	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Rā'	r	er
ز	Zāi	z	zet
س	Sīn	s	es
ش	Syīn	š	es dan ye
ص	Šād	š	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍād	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭā'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓā'	ẓ	

ع	'Ain	z	zet (dengan titik di bawah)
غ	Gain	‘	koma terbalik di atas
ف	Fā’	g	ge
ق	Qāf	f	ef
ك	Kāf	q	qi
ل	Lām	k	ka
م	Mīm	l	el
ن	Nūn	m	em
و	Wāwu	n	en
هـ	Hā’	w	w
ء	Hamzah	h	ha
ي	Yā’	’	apostrof
		Y	Ye

B. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* Ditulis Rangkap

متعددة	ditulis	<i>Muta’addidah</i>
عدة	ditulis	‘iddah

C. *Tā’ marbūṭah*

Semua *tā’ marbūṭah* ditulis dengan *h*, baik berada pada akhir kata tunggal ataupun berada di tengah penggabungan kata (kata yang diikuti oleh kata sandang “al”). Ketentuan ini tidak diperlukan bagi kata-kata Arab yang sudah terserap dalam bahasa Indonesia, seperti *shalat*, *zakat*, dan sebagainya kecuali dikehendaki kata aslinya.

حكمة	ditulis	<i>Ḥikmah</i>
علة	ditulis	‘illah
كرامة الأولياء	ditulis	<i>karāmah al-auliyā’</i>

D. Vokal Pendek dan Penerapannya

-----◌	Fathah	ditulis	<i>A</i>
-----◌	Kasrah	ditulis	<i>i</i>
-----◌	Ḍammah	ditulis	<i>u</i>

فعل	Fathah	ditulis	<i>fa'ala</i>
ذُكِرَ	Kasrah	ditulis	<i>ẓukira</i>
يَذْهَبُ	Ḍammah	ditulis	<i>yaẓhabu</i>

E. Vokal Panjang

1. fathah + alif جاهلية	Ditulis	<i>Ā</i>
2. fathah + yā' mati تَنَسَى	ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
3. Kasrah + yā' mati كَرِيم	ditulis	<i>ā</i>
4. Ḍammah + wāwu mati فُرُوض	ditulis	<i>tansā</i>
	ditulis	<i>ī</i>
	ditulis	<i>karīm</i>
	ditulis	<i>ū</i>
	ditulis	<i>furūd</i>

F. Vokal Rangkap

1. fathah + yā' mati بَيْنَكُمْ	ditulis	<i>Ai</i>
2. fathah + wāwu mati قَوْل	ditulis	<i>bainakum</i>
	ditulis	<i>au</i>
	ditulis	<i>qaul</i>

G. Vokal Pendek yang Berurutan dalam Satu Kata Dipisahkan dengan Apostrof

أَنْتُمْ	ditulis	<i>a'antum</i>
أَعَدَّتْ	ditulis	<i>u'iddat</i>
لَنَنْشُكْرَكُمْ	ditulis	<i>la'in syakartum</i>

H. Kata Sandang Alif + Lam

1. Bila diikuti huruf *Qomariyyah* maka ditulis dengan menggunakan huruf awal “al”

الْقُرْآنِ	ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
الْقِيَاسِ	ditulis	<i>al-Qiyās</i>

2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis sesuai dengan huruf pertama *Syamsiyyah* tersebut

السَّمَاءِ	Ditulis	<i>as-Samā</i>
الشَّمْسِ	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

I. Penulisan Kata-kata dalam Rangkaian Kalimat

Ditulis menurut penulisannya

ذَوِي الْفُرُوضِ	Ditulis	<i>ẓawi al-furūd</i>
أَهْلَ السُّنَّةِ	Ditulis	<i>ahl as-sunnah</i>

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa melimpahkan rahmat, taufik, serta hidayahnya sehingga penyusun dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Sholawat serta salam penyusun haturkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, yang senantiasa kita harapkan syafaatnya pada hari kiamat.

Penelitian ini merupakan tugas akhir pada Program Studi Manajemen Keuangan Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi. Meskipun dalam penyusunan skripsi ini banyak mengalami kendala dan kekurangan, itu semata-mata karena keterbatasan penyusun. Penyusun sangat berterima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bimbingan dan dukungan baik berupa moral, materiil maupun spiritual sehingga penyusunan skripsi dapat terselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penyusun ucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Noorhaidi, M.A., M.Phil., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Misnen Ardiansyah, SE., M.Si., Ak.CA., ACPA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. Darmawan, S.Pd., MAB., selaku Ketua Program Studi Manajemen Keuangan Syariah dan selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis selama menjalani studi.
4. Bapak Rizaldi Yusfiarto, S.Pd.,M.M selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga, memberikan arahan, nasehat, masukan, saran, dan motivasi dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Manajemen Keuangan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan pengetahuan dan wawasan selama perkuliahan.
6. Seluruh pegawai dan staf tata usaha program studi maupun Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Kedua orang tua tercinta, yang senantiasa memberikan doa, dukungan, kasih sayang, serta pengorbanan yang tidak terhingga.

8. Keluarga, sahabat, dan rekan-rekan seperjuangan yang telah memberikan semangat dan motivasi dalam setiap proses yang dilalui.

Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan dan menjadikan amal sholeh atas segala kebaikan selama ini. Akhir kata, penyusun berharap skripsi ini menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi semua pihak. Amin

Yogyakarta 16 Febuari 2026

Penulis



Trisnawati

22108030024



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	v
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	vi
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK	v
SURAT PERNYATAAN BERJILBAB	v
SURAT PERNYATAAN BERHIJAB	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	ix
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
ABSTRAK	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	14
C. Tujuan Penelitian	15
D. Manfaat Penelitian	17
E. Sistematika Pembahasan	19
BAB II LANDASAN TEORI	21
A. Landasan Teori.....	21
B. Kajian Pustaka.....	23
1. <i>Values and beliefs</i>	23
2. <i>Reasons for</i>	24
3. <i>Reasons against</i>	25
4. Sikap.....	27
5. Niat	28
6. BSI Mikro KUR	29
C. Penelitian Terdahulu	35
D. Pengembangan Hipotesis	41
E. Kerangka Teoritis.....	55
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	56

A. Jenis Penelitian.....	56
B. Definisi Operasional Variabel.....	56
C. Populasi dan Sampel	62
D. Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	66
E. Alat Analisis.....	67
F. Teknik Analisis Data.....	67
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	75
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	75
B. Analisis Deskriptif	76
C. Hasil Penelitian	82
1. <i>Outer Model</i>	82
2. <i>Inner Model</i>	89
D. Pembahasan.....	105
BAB V PENUTUP.....	132
A. Kesimpulan	132
B. Keterbatasan.....	134
C. Implikasi dan Saran.....	135
DAFTAR PUSTAKA	142
LAMPIRAN.....	159

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	35
Tabel 3.1 Definisi operasional Variabel independen.....	58
Tabel 3.2 Definisi operasional variabel mediasi	59
Tabel 3.3 Definisi operasional variabel dependen	62
Tabel 4.1 Uji Reabilitas.....	83
Tabel 4.2 Uji Validitas Konvergen dengan <i>Loading Factor</i>	85
Tabel 4.3 Uji Validitas Konvergen dengan <i>Average Variance Extracted</i>	87
Tabel 4.4 Uji Validitas Diskriminan dengan <i>Cross Loading</i>	88
Tabel 4.5 Hasil <i>Uji R-Square</i>	90
Table 6. Kriteria Pencapaian Responden	91
Table 7. Skor <i>Value and Beliaf</i>	92
Table 8. Skor <i>Reasons for</i>	92
Table 9. Skor <i>Reasons against</i>	92
Table 10. Skor Sikap.....	92
Table 11. Skor Niat	93
Tabel 4.12 Hasil Uji <i>Q² predict</i>	97
Tabel 4.13 Hasil Uji <i>Multicolleniarity</i>	98
Tabel 4.14 Hasil Uji <i>Coefficients Dirrect Effect</i>	101
Tabel 4.15 Hasil Uji <i>Coefficients Indirect Effect</i>	103

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Inklusi Keuangan Indonesia dan Inklusi Keuangan Syariah.....	3
Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota D.I Yogyakarta	5
Gambar 1.3 Jumlah UMKM Berdasarkan Skala Mikro, Kecil & Menengah di Yogyakarta	6
Gambar 2.1 Kerangka Berfikir.....	55
Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Gender	77
Gambar 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	78
Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Usaha	80
Gambar 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna dan Bukan Pengguna BSI Mikro Kur.....	81
Gambar 4.5 Hasil Uji Hipotesis	100

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	159
Lampiran 2 Tabulasi Data Penelitian.....	166
Lampiran 3 Hasil Uji Reabilitas.....	169
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Konvergen Dengan <i>Loading Factor</i>	169
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Konvergen Dengan <i>Average Variance Extracted</i>	171
Lampiran 6 Uji Validitas Deskriminan Dengan <i>Cross Loading</i>	171
Lampiran 7 Hasil Uji <i>R-Square</i>	173
Lampiran 8 Hasil Uji <i>Q-Square</i>	173
Lampiran 9 Hasil Uji <i>Multicolleniarity</i>	174
Lampiran 10 Hasil Uji <i>Coefficients Dirrect Effect</i>	175
Lampiran 11 Hasil Uji <i>Coefficients Indirrect Effect</i>	176
Lampiran 12 <i>Curriculum Vitae</i>	177



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR dengan mengaplikasikan *Behavioral Reasoning Theory* (BRT). Model penelitian menguji pengaruh *values and beliefs* terhadap *reasons for*, *reasons against*, sikap, dan niat menggunakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap pelaku usaha mikro. Data dianalisis menggunakan *Structural Equation Modeling* berbasis *Partial Least Squares* (SEM-PLS). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *values and beliefs* tidak berpengaruh signifikan secara langsung terhadap niat menggunakan. Namun, *values and beliefs* berpengaruh terhadap pembentukan alasan perilaku yang selanjutnya memengaruhi sikap dan niat. Variabel sikap terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap niat menggunakan. Temuan ini menunjukkan bahwa niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR lebih dipengaruhi oleh evaluasi rasional melalui alasan dan sikap dibandingkan oleh nilai dan keyakinan secara langsung. Secara teoretis, hasil ini memperkuat BRT bahwa nilai dan keyakinan merupakan faktor distal yang bekerja melalui mekanisme alasan dan sikap sebelum membentuk niat perilaku.

Kata Kunci: *Values and beliefs, Reasons for, Reasons against, Sikap, Niat.*



ABSTRACT

This study aims to analyze the intention to use BSI Mikro KUR services by applying Behavioral Reasoning Theory (BRT). The research model examines the influence of values and beliefs on reasons for, reasons against, attitudes, and intentions to use. This study used a quantitative approach with a survey method of micro-business owners. Data were analyzed using Structural Equation Modeling based on Partial Least Squares (SEM-PLS). The results showed that values and beliefs did not have a significant direct effect on intention to use. However, values and beliefs influenced the formation of behavioral reasons, which in turn influenced attitudes and intentions. The attitude variable was shown to have a positive and significant effect on intention to use. These findings indicate that intention to use BSI Mikro KUR services is more influenced by rational evaluation through reasons and attitudes than by values and beliefs directly. Theoretically, these results strengthen BRT, which states that values and beliefs are distal factors that operate through the mechanisms of reasons and attitudes before forming behavioral intentions.

Keywords: *Values and Beliefs, Reasons For, Reasons Against, Attitudes, Intentions.*



BAB I

PENDAHULUAN

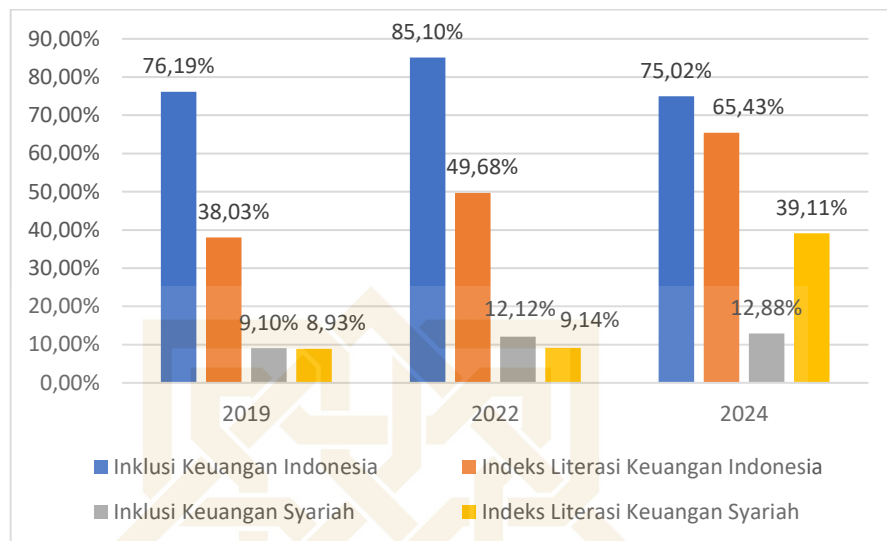
A. Latar Belakang

Beberapa tahun terakhir, kesadaran terkait pentingnya ekonomi inklusif membawa inklusi keuangan menjadi prioritas strategis pemerintahan baik dalam pembangunan nasional maupun global (Krysovaty dkk., 2024). World Bank (2025) mendefinisikan inklusi keuangan merupakan kondisi dimana setiap individu memiliki hak atas akses ke produk maupun layanan keuangan formal yang bermanfaat, terjangkau dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing individu. Dimana, merupakan katalisator untuk mencapai tujuh dari 17 pembangunan berkelanjutan (SDGs) yang dapat mendorong pertumbuhan ekonomi dan lapangan pekerjaan, mendorong pemberdayaan ekonomi perempuan dan berkontribusi dalam pengentasan kemiskinan.

Di Indonesia, inklusi keuangan mulai ditempatkan sebagai agenda strategis nasional sejak diterbitkannya Peraturan Presiden No. 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI). Melalui kebijakan tersebut, pemerintah mendorong masyarakat agar memiliki akses dan kesempatan menggunakan layanan keuangan formal yang aman, terjangkau, dan sesuai kebutuhan, seperti tabungan, pembiayaan, asuransi, serta sistem pembayaran. Upaya ini kemudian diperkuat melalui Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) 2021–2025 yang diluncurkan Otoritas Jasa Keuangan (2024), dengan tujuan meningkatkan

pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan masyarakat dalam menggunakan produk keuangan secara tepat. Oleh karena itu, OJK menargetkan tingkat inklusi keuangan nasional sebesar 90% pada tahun 2024 dan peningkatan indeks literasi keuangan menjadi 65%.

Secara regional, capaian inklusi keuangan Indonesia menunjukkan perkembangan yang cukup baik, meskipun masih menghadapi sejumlah tantangan. Global Findex 2021 mencatat persentase penduduk dewasa yang memiliki rekening di lembaga keuangan formal di Indonesia 52%, lebih tinggi dibanding Filipina 51%, namun di bawah Malaysia 88% dan Thailand 96% (World Bank, 2021). Penggunaan pembayaran digital di Indonesia mencapai 49%, mendekati Vietnam 50%, tetapi masih tertinggal dari Singapura 97% (World Bank, 2021). Data ini menunjukkan bahwa walaupun kebijakan nasional telah mendorong peningkatan inklusi, Indonesia masih perlu mempercepat digitalisasi layanan keuangan agar setara dengan negara tetangga (World Bank, 2021).



Gambar 1.1 Inklusi Keuangan Indonesia dan Inklusi Keuangan Syariah

Sumber: (Otoritas Jasa Keuangan, 2024)

Otoritas Jasa Keuangan (2024) mencatat bahwa tingkat inklusi keuangan Indonesia cenderung mengalami peningkatan dalam beberapa tahun terakhir, meskipun terdapat fluktuasi. Pada tahun 2019, tingkat inklusi keuangan nasional mencapai 76,19% dengan indeks literasi keuangan sebesar 38,03%, sedangkan inklusi keuangan syariah baru mencapai 9,10% dengan literasi sebesar 8,93%. Pada tahun 2022, inklusi keuangan nasional meningkat menjadi 85,10%, sementara inklusi keuangan syariah naik menjadi 12,12%. Adapun pada tahun 2024, inklusi keuangan nasional tercatat sebesar 75,02%, sedangkan inklusi keuangan syariah meningkat menjadi 12,88% dengan indeks literasi keuangan syariah sebesar 39,11%.

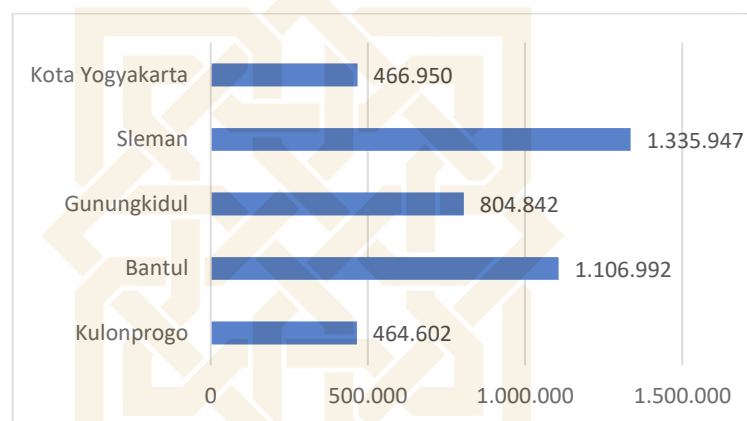
Peningkatan inklusi keuangan syariah tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti penguatan literasi keuangan syariah, percepatan digitalisasi layanan, hadirnya regulasi baru, serta *merger* Bank Syariah Indonesia yang memperkuat ekosistem keuangan syariah nasional (OJK,

2024). Meskipun demikian, tingkat inklusi keuangan syariah masih berada jauh di bawah inklusi keuangan nasional secara keseluruhan. Kondisi ini menunjukkan bahwa sebagian masyarakat belum menjadikan layanan keuangan syariah sebagai pilihan utama, termasuk dalam kebutuhan pembiayaan usaha mikro.

Di sisi lain, sektor usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam perekonomian nasional (Engidaw, 2022). Sebab, berdasarkan data kementerian koperasi dan UKM pada tahun 2024 jumlah UMKM di Indonesia mencapai lebih dari 65 juta unit usaha yang tersebar di berbagai sektor usaha. Sehingga UMKM dapat berkontribusi sebesar 60% terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) dan menyerap hampir 97% tenaga kerja. Besarnya kontribusi tersebut menunjukkan bahwa UMKM merupakan pilar utama perekonomian nasional yang perlu didukung secara berkelanjutan. Meskipun demikian, pengembangan UMKM masih menghadapi berbagai hambatan, terutama pada aspek permodalan. Banyak pelaku usaha mikro mengalami keterbatasan akses terhadap sumber pembiayaan formal, sehingga kapasitas usaha sulit berkembang secara optimal (Supriyanto, 2024).

Daerah Istimewa Yogyakarta merupakan salah satu wilayah yang dikenal sebagai kota pendidikan, pusat pertumbuhan UMKM, serta daerah dengan tingkat literasi masyarakat yang relatif tinggi. Selain itu, Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki ekosistem pariwisata dan ekonomi kreatif yang berkembang pesat, sehingga mendorong tumbuhnya ratusan

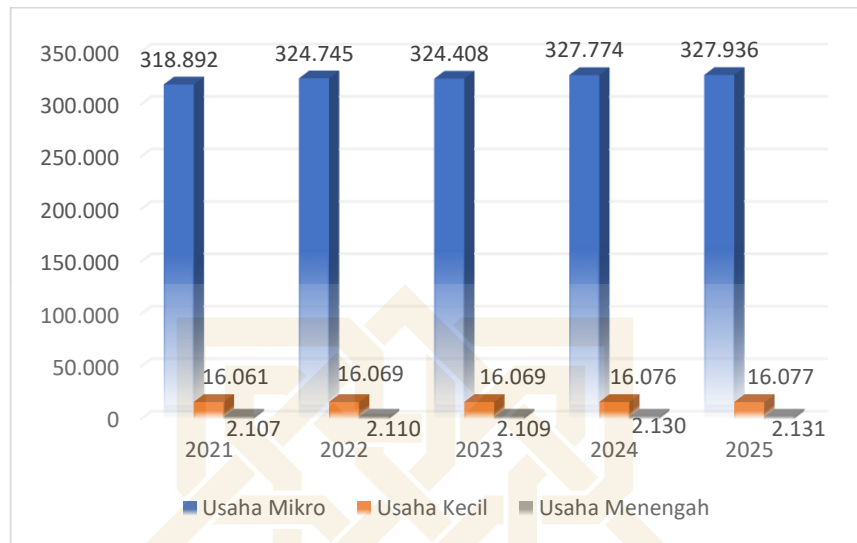
ribu unit UMKM di berbagai sektor usaha. Kondisi tersebut menjadikan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai wilayah yang potensial untuk mengkaji perkembangan akses pembiayaan, termasuk pembiayaan mikro berbasis syariah bagi pelaku usaha.



Gambar 1.2 Jumlah Penduduk Menurut Kabupaten/Kota D.I Yogyakarta

Sumber: (Badan Pusat Statistik, 2025)

Distribusi penduduk DIY per 2024 memperlihatkan penduduk DIY tahun 2025 menunjukkan Kabupaten Sleman menempati porsi terbesar, yakni 1.335.947 jiwa (31,96%), diikuti Bantul 1.106.992 jiwa (26,49%), Gunungkidul 19,26%, Kota Yogyakarta 11,17% dan Kulonprogo 11,12%. Komposisi ini menandakan konsentrasi aktivitas ekonomi dan kepadatan UMKM tertinggi berada di Sleman dan Bantul (Badan Pusat Statistik, 2025). Jumlah UKM berdasarkan skala usaha mencapai 345.980,00 di Yogyakarta dengan 90% lebih diantaranya merupakan usaha mikro (Pemda DIY, 2025).



Gambar 1.3 Jumlah UMKM Berdasarkan Skala Mikro, Kecil & Menengah di Yogyakarta

Sumber: Pemda DIY (2025)

Pemda DIY (2025) mencatat jumlah usaha mikro, kecil dan menengah cenderung naik tiap tahunnya. Dalam hal ini, jumlah usaha mikro masih mendominasi di wilayah Yogyakarta dimana pada tahun 2021 mencapai 318.892,00 hingga tahun 2025 menjadi 327.936,00. Kemudian usaha kecil mencapai 16.061,00 dan mencapai 16.077,00 pada tahun 2025. Selain itu, usaha menengah hanya mencapai 2.107,00 pada tahun 2021 dan meningkat menjadi 2.131,00 pada tahun 2025. Data tersebut menunjukkan bahwa DIY memiliki aktivitas UMKM yang terus berkembang dan berpotensi besar dalam mendorong perekonomian daerah.

Meskipun memiliki potensi besar, pemanfaatan layanan keuangan syariah di DIY masih relatif rendah. Komite Nasional Keuangan Syariah (2018) mencatat bahwa adopsi layanan keuangan syariah di Yogyakarta masih tergolong rendah. Sejalan dengan hal tersebut, Bank Syariah

Indonesia (2025) mencatat total *number of account* (NOA) wirausaha di wilayah Yogyakarta hanya sebanyak 4.545 nasabah usaha yang memiliki rekening pembiayaan maupun tabungan bisnis aktif. Kondisi ini mengindikasikan bahwa potensi pasar pembiayaan syariah belum dimanfaatkan secara optimal oleh pelaku usaha mikro. Hal ini diduga disebabkan oleh masih rendahnya pemahaman masyarakat mengenai prinsip, manfaat, dan mekanisme layanan keuangan syariah. Selain itu, sebagian pelaku usaha merasa kondisi usahanya telah berjalan cukup baik tanpa dukungan pembiayaan formal, sehingga minat untuk menggunakan layanan keuangan syariah masih terbatas (Dedy Sukmana, 2024).

Sebagai respon terhadap kondisi tersebut, Bank Syariah Indonesia menyediakan layanan pembiayaan bagi pelaku usaha melalui produk BSI Usaha Mikro. Produk ini menyediakan pembiayaan hingga maksimal Rp100 juta yang dapat digunakan untuk kebutuhan modal kerja, investasi, maupun konsumtif sesuai ketentuan yang berlaku. Selain itu, tersedia juga plafon pembiayaan mulai dari Rp2,5 juta, sehingga pelaku usaha mikro dengan kebutuhan modal kecil tetap memiliki kesempatan mengakses pembiayaan. Proses pengajuan juga dibuat lebih mudah melalui layanan digital serta didukung sistem internal i-Kurma/iKURMA, sehingga pencairan pembiayaan dapat dilakukan secara lebih cepat dan efisien (Bank Syariah Indonesia, 2024).

Laporan BSI (2025), menunjukkan komitmen perusahaan dalam mendukung perkembangan UMKM di Indonesia. Hingga Februari 2025,

BSI telah menyalurkan pembiayaan kepada sektor UMKM sebesar Rp52,09 triliun atau meningkat 12,69% secara tahunan. Penyaluran tersebut telah menjangkau sekitar 360 ribu nasabah di berbagai wilayah Indonesia. Selain itu, rasio Pembiayaan Inklusif Makroprudensial (RPIM) tercatat sebesar Rp97,45 triliun atau 34,58%, yang berarti telah melampaui target yang ditetapkan regulator. Capaian tersebut menunjukkan bahwa BSI memiliki peran aktif dalam memperluas akses pembiayaan bagi pelaku usaha serta dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat untuk memanfaatkan layanan keuangan syariah.

Salah satu bentuk nyata komitmen tersebut diwujudkan melalui layanan BSI KUR Mikro. Program ini merupakan bagian dari kebijakan nasional Kredit Usaha Rakyat (KUR) yang didukung pemerintah melalui subsidi margin dan lembaga penjamin syariah. BSI KUR Mikro dirancang untuk memperluas akses pembiayaan produktif berbasis syariah bagi pelaku usaha mikro yang belum terjangkau lembaga keuangan formal. Melalui skema tanpa riba, margin yang kompetitif, serta proses pengajuan yang sederhana, layanan ini diharapkan mampu membantu pelaku usaha memperoleh modal kerja secara lebih mudah. Kehadiran program tersebut juga berkontribusi terhadap peningkatan inklusi keuangan nasional dan pemberdayaan ekonomi masyarakat (Bank Syariah Indonesia, 2025; Permanasari dkk., 2024).

Berdasarkan data Bank Syariah Indonesia (2025), pada tahun 2024 BSI merealisasikan penyaluran pembiayaan mikro KUR sebesar Rp15,42

triliun atau sekitar 97% dari target yang ditetapkan pemerintah. Penyaluran tersebut berhasil menjangkau lebih dari 131.000 pelaku usaha mikro, kecil, dan menengah yang mayoritas bergerak di sektor perdagangan, pertanian, dan jasa. Tidak hanya dalam bentuk pembiayaan, BSI juga memberikan pendampingan usaha melalui *UMKM Center* yang dibuka di beberapa kota sebagai bagian dari strategi membantu pelaku UMKM naik kelas dan memanfaatkan layanan keuangan syariah secara optimal. Untuk tahun 2025, BSI memperoleh alokasi penyaluran KUR Syariah sebesar Rp17 triliun sebagai upaya memperkuat inklusi keuangan syariah serta pemberdayaan ekonomi kerakyatan (Ibrahim, 2025).

Meskipun demikian, penetrasi produk BSI Usaha Mikro di Daerah Istimewa Yogyakarta masih belum sebanding dengan besarnya potensi pasar yang tersedia. Padahal, UMKM di DIY merupakan penyumbang penting terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB), yaitu nilai total barang dan jasa yang dihasilkan dalam perekonomian daerah (Pemda DIY, 2025). Rendahnya pemanfaatan layanan pembiayaan formal berpotensi membuat pelaku usaha tetap bergantung pada pembiayaan informal atau pinjaman berbiaya tinggi, sehingga meningkatkan kerentanan keuangan usaha (Dedy Sukmana, 2024).

Selain itu, di tengah persaingan pasar yang semakin ketat rendahnya pemanfaatan pembiayaan mikro dapat menghambat ekspansi usaha dan inovasi produk, sehingga daya saing UMKM lokal menurun. Kondisi tersebut berpotensi menurunkan daya saing UMKM lokal dibandingkan

usaha lain yang memiliki akses modal lebih baik. Di sisi lain, peluang yang telah diciptakan pemerintah daerah dan Bank Syariah Indonesia untuk mendorong inklusi keuangan syariah sebagai bagian dari strategi ekonomi halal nasional menjadi belum termanfaatkan secara optimal. Akibatnya, potensi pertumbuhan sektor usaha mikro berbasis syariah belum berkembang secara maksimal (OJK, 2024).

Penelitian Purwanto dkk. (2022) menegaskan bahwa pemanfaatan produk keuangan syariah berperan dalam meningkatkan literasi keuangan serta menurunkan ketergantungan pada skema pembiayaan konvensional berbunga. Apabila tingkat adopsi BSI Mikro KUR di Yogyakarta tetap rendah, maka kontribusi pembiayaan syariah terhadap pertumbuhan ekonomi daerah dan pencapaian target inklusi keuangan nasional juga akan terhambat. Dengan demikian, rendahnya tingkat adopsi layanan tersebut bukan hanya menjadi isu akademik, tetapi juga merupakan hambatan nyata bagi transformasi ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan pelaku usaha mikro.

Berdasarkan pendekatan *Behavioral Reasoning Theory* (BRT) atau teori alasan perilaku, perilaku seseorang tidak hanya dipengaruhi oleh sikap dan norma sosial, tetapi juga oleh *reasons for* dan *reasons against* yang berasal dari keyakinan individu (Pokhrel dkk., 2024). *Reasons for* berarti alasan yang mendukung atau mendorong seseorang untuk melakukan suatu tindakan, sedangkan *reasons against* berarti alasan yang menolak, menghambat, atau membuat seseorang ragu dalam mengambil keputusan.

Selain itu, nilai (*values*) dan keyakinan (*beliefs*) pribadi juga memiliki peran penting dalam membentuk sikap terhadap suatu produk atau layanan, termasuk layanan keuangan syariah (Fauzi dkk., 2024). Penelitian Rao dkk. (2021) menunjukkan bahwa keyakinan dan nilai pribadi berpengaruh signifikan terhadap niat seseorang dalam menggunakan suatu produk. Dalam konteks layanan keuangan syariah, penelitian Ahmad Fadli dkk. (2023) juga menemukan bahwa keyakinan terhadap prinsip halal dan keberkahan berpengaruh signifikan terhadap niat menggunakan produk maupun layanan bank syariah.

Dalam konteks penelitian ini, keputusan pelaku usaha untuk menggunakan layanan BSI Usaha Mikro dapat dipengaruhi oleh berbagai *reasons for* atau alasan pendorong. Faktor-faktor tersebut antara lain tidak adanya bunga, penerapan sistem bagi hasil yang adil, proses pengajuan pembiayaan digital yang semakin mudah, serta adanya pendampingan usaha bagi nasabah (Bank Syariah Indonesia, 2024). Berbagai kemudahan tersebut dapat meningkatkan penilaian positif pelaku usaha terhadap layanan pembiayaan syariah, sehingga mendorong munculnya niat untuk menggunakan layanan tersebut. Dengan demikian, semakin kuat alasan pendukung yang dirasakan pelaku usaha, maka semakin besar kemungkinan mereka memanfaatkan pembiayaan BSI Usaha Mikro.

Di sisi lain, *reasons against* atau alasan penghambat juga perlu diperhatikan karena dapat menurunkan niat penggunaan layanan pembiayaan syariah. Persepsi bahwa bank syariah memiliki prosedur yang

rumit, proses yang lambat, atau hanya ditujukan bagi kalangan menengah ke atas masih menjadi hambatan utama bagi sebagian masyarakat (Hosen dkk., 2021). Selain itu, persepsi risiko (*perceived risk*), terutama risiko finansial, juga dapat memengaruhi sikap seseorang terhadap layanan keuangan (Bland dkk., 2024). Persepsi risiko adalah pandangan seseorang mengenai kemungkinan kerugian atau ketidakpastian yang dapat terjadi saat menggunakan suatu layanan. Jika persepsi risiko tinggi, maka sikap positif terhadap layanan tersebut cenderung melemah dan minat penggunaan menjadi menurun (Jadil dkk., 2022). Penelitian Pokhrel dkk. (2024) menunjukkan bahwa *reasons against* berpengaruh negatif signifikan terhadap niat menggunakan suatu produk. Dalam konteks lokal, sebagian pelaku usaha mikro di Daerah Istimewa Yogyakarta masih merasa ragu menggunakan pembiayaan syariah karena tidak memiliki agunan atau belum memahami akad syariah secara memadai (Rohman dkk., 2021).

Kombinasi antara nilai pribadi, *reason*, dan pengalaman individu dapat membentuk sikap serta niat pelaku usaha dalam menggunakan layanan BSI Usaha Mikro (Westaby, 2005). Nilai pribadi mencerminkan prinsip atau keyakinan yang dianggap penting oleh seseorang, sedangkan alasan berkaitan dengan pertimbangan yang mendorong maupun menghambat pengambilan keputusan. Sikap positif menunjukkan bahwa pelaku usaha menilai layanan tersebut bermanfaat, mudah diakses, dan sesuai dengan kebutuhan usaha. Semakin tinggi sikap positif yang dimiliki

seseorang, maka semakin besar pula niat untuk menggunakan layanan tersebut (Zhuang dkk., 2021).

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara sistematis pengaruh nilai, *reason*, dan sikap terhadap niat pelaku usaha dalam menggunakan layanan BSI Mikro KUR. Penelitian ini berbeda dengan penelitian sebelumnya yang sebagian besar hanya menggunakan pendekatan *Theory of Planned Behavior* (TPB) atau *Technology Acceptance Model* (TAM) dalam menjelaskan niat penggunaan layanan keuangan (Darmansyah dkk., 2020; Purwanto dkk., 2022). Sementara itu, penelitian ini menggunakan pendekatan *Behavioral Reasoning Theory* (BRT) yang dinilai lebih komprehensif karena mempertimbangkan alasan yang mendukung maupun menghambat perilaku. Selain itu, sebagian besar penelitian terdahulu lebih banyak berfokus pada persepsi dan kepuasan dibandingkan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR (Asyari dkk., 2022).

Dalam konteks lokal Daerah Istimewa Yogyakarta, kajian mengenai niat penggunaan layanan BSI Mikro KUR dengan menggabungkan variabel nilai, *reason*, dan sikap secara simultan masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini relevan dilakukan sebagai upaya untuk menambah referensi empiris terkait faktor-faktor yang memengaruhi niat pelaku usaha dalam menggunakan layanan tersebut. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi lembaga keuangan syariah dalam menyusun strategi, edukasi, dan pemasaran yang lebih tepat sasaran.

B. Rumusan Masalah

Kesenjangan antara potensi besar UMKM dan rendahnya pemanfaatan pembiayaan mikro syariah menuntut penelitian yang mampu merumuskan faktor-faktor kunci yang memengaruhi niat penggunaan layanan BSI Usaha Mikro. Oleh karena itu, perlu dirumuskan permasalahan penelitian secara sistematis agar tujuan penelitian dapat tercapai dan memberikan kontribusi teoretis maupun praktis bagi pengembangan keuangan syariah di Yogyakarta. Beberapa rumusan dalam penelitian ini yaitu;

1. Bagaimana pengaruh *values and beliefs* terhadap *reasons for* dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
2. Bagaimana pengaruh *values and beliefs* terhadap *reasons against* dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
3. Bagaimana pengaruh *values and beliefs* terhadap sikap dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
4. Bagaimana Pengaruh *values and beliefs* terhadap niat untuk penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
5. Bagaimana pengaruh *reasons for* terhadap sikap dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
6. Bagaimana pengaruh *reasons for* terhadap niat dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
7. Bagaimana pengaruh *reasons against* terhadap sikap dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.

8. Bagaimana pengaruh *reasons against* terhadap niat dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR?.
9. Bagaimana pengaruh sikap terhadap niat menggunakan layanan BSIMikro KUR?.
10. Bagaimana peran *reasons for* sebagai mediator kognitif positif antara *values and beliefs* dan sikap untuk menggunakan layanan BSI Mikro KUR?.
11. Bagaimana peran *reasons against* sebagai mediator kognitif negatif antara *values and beliefs* dan sikap untuk menggunakan layanan BSI Mikro KUR?.
12. Bagaimana peran sikap sebagai mediator antara *values and beliefs* dan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR?.
13. Bagaimana peran sikap sebagai mediator antara *reasons for* dan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR?.
14. Bagaimana peran sikap sebagai mediator antara *reasons against* dan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR?.

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dipaparkan pada bagian sebelumnya, penelitian ini dilaksanakan untuk memperoleh pemahaman ilmiah mengenai faktor-faktor psikologis yang memengaruhi niat pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) di Daerah Istimewa Yogyakarta dalam menggunakan layanan BSI Usaha

Mikro. Dengan mengacu pada *Behavioral Reasoning Theory*, penelitian ini secara khusus diarahkan untuk;

1. Menganalisis pengaruh *values and beliefs* terhadap *reasons for* dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
2. Untuk menganalisis pengaruh *values and beliefs* terhadap *reasons against* dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
3. Untuk menganalisis pengaruh *values and beliefs* terhadap sikap dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
4. Untuk menganalisis pengaruh *value and belie* terhadap niat untuk menggunakan layanan BSI Mikro KUR.
5. Untuk menguji pengaruh *reasons for* terhadap sikap dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
6. Untuk menguji pengaruh langsung *reasons for* terhadap niat dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
7. Untuk menguji pengaruh *reasons against* terhadap sikap dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
8. Untuk menguji secara langsung pengaruh *reasons against* terhadap niat dalam penggunaan layanan BSI Mikro KUR.
9. Untuk menguji pengaruh sikap terhadap niat menggunakan layanan BSI usaha mikro.
10. Untuk menganalisis peran *reasons for* sebagai mediator kognitif positif antara *values and beliefs* dan sikap untuk menggunakan layanan BSI Mikro KUR.

11. Untuk menganalisis peran *reasons against* sebagai mediator kognitif negatif antara *values and beliefs* dan sikap menggunakan layanan BSI Mikro KUR.
12. Untuk menganalisis peran sikap sebagai mediator antara *values and beliefs* dan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR.
13. Untuk menganalisis peran sikap sebagai mediator antara *reasons for* dan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR.
14. Untuk menganalisis peran sikap sebagai mediator antara *reasons against* dan niat menggunakan layanan BSI Mikro KUR.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah literatur mengenai perilaku adopsi layanan keuangan syariah, khususnya pada segmen usaha mikro dengan menggunakan *Behavioral Reasoning Theory* (BRT) yang masih jarang diterapkan pada konteks perbankan syariah Indonesia. Dimana temuan pada penelitian ini dapat memberikan bukti secara empiris hubungan *values and beliefs*, *reasons for*, *reasons against* dan sikap terhadap niat menggunakan layanan keuangan syariah. Dengan demikian, hal ini memperkaya pengembangan model niat perilaku pada bidang keuangan syariah yang dapat menjadi referensi akademik bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik inklusi keuangan dan perilaku UMKM

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Bank Syariah Indonesia

Hasil penelitian ini memberikan masukan strategis untuk meningkatkan penetrasi produk BSI Mikro KUR melalui pemahaman faktor pendorong dan penghambat niat pelaku UMKM. Serta menjadi dasar penyusunan program literasi, promosi, dan pendampingan pembiayaan yang lebih sesuai dengan nilai, keyakinan, serta persepsi risiko pelaku usaha.

b. Bagi Pemerintah Daerah dan Otoritas Jasa Keuangan

Penelitian ini dapat dijadikan referensi dalam merumuskan kebijakan peningkatan inklusi keuangan syariah, khususnya pada sektor mikro di Daerah Istimewa Yogyakarta. Dimana, penelitian ini mendukung target Strategi Nasional Keuangan Inklusif (SNKI) dan Strategi Nasional Literasi Keuangan Indonesia (SNLKI) untuk memperluas akses pembiayaan yang adil dan berkelanjutan.

c. Bagi Pelaku UMKM

Hasil dalam penelitian ini memberikan pemahaman mengenai manfaat dan mekanisme pembiayaan mikro berbasis syariah, sehingga dapat menjadi alternatif pembiayaan yang lebih aman, adil, dan sesuai prinsip halal. Sehingga hal ini dapat mengurangi ketergantungan pada pinjaman informal atau pinjaman *online* berbunga tinggi yang berisiko menekan arus kas usaha

E. Sistematika Pembahasan

Penelitian yang disusun dengan terstruktur merupakan penelitian yang baik. Oleh sebab itu, sistematika pembahasan ini disusun peneliti dengan tujuan memberikan gambaran isi terkait penelitian dengan runut. Dalam hal ini, penulis menjelaskan secara sistematis terkait apa yang ditulis dalam bab-bab penelitian sebagai berikut;

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menggambarkan latar belakang yang berisi uraian fenomena, fakta, serta permasalahan yang muncul sehingga menjadi alasan penelitian ini penting untuk dilakukan. Dilanjutkan rumusan masalah yang menyatakan secara jelas poin-poin pertanyaan yang akan dijawab pada penelitian ini. Selanjutnya tujuan akan menjawab pertanyaan pada rumusan masalah sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Terakhir, sistematika penelitian, memberikan gambaran secara keseluruhan terkait isi per-bab pada penelitian ini agar menjadi penelitian yang terstruktur dan runut.

BAB II LANDASAN TEORI

Pada bab ini berisi teori-teori yang relevan dengan topik pembahasan menjadi pondasi untuk menyelesaikan persoalan dalam penelitian ini. Selain itu kajian pustaka berisi penelitian-penelitian terdahulu yang serupa sehingga dijadikan rujukan bagi peneliti dalam melaksanakan penelitian. Bab ini juga mencakup pengembangan hipotesis yang berisi asumsi-asumsi dasar peneliti. Selain itu, kerangka pemikiran menjadi alur pengaruh antar variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian merupakan bab yang menjelaskan terkait metode, teknik pengumpulan data, jenis populasi dan sampel serta mencakup definisi operasional dari masing-masing variabel dalam penelitian ini. Selain itu, pada bab ini dijelaskan terkait teknik analisis data yang digunakan

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan gambaran secara keseluruhan mulai dari objek, proses pengujian hipotesis serta hasil yang didapat dari penelitian yang menjawab pernyataan yang menjadi persoalan dalam penelitian ini.

BAB V PENUTUP

Penutup dalam hal ini mencakup kesimpulan yang dapat ditarik dari persoalan hingga ditemukannya jawaban atas persoalan tersebut. Dalam bab ini juga diberikan saran berdasarkan analisis yang telah dilakukan dalam penelitian.

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian model struktural dengan pendekatan PLS-SEM, dapat disimpulkan Pertama, sikap terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat. Temuan ini menunjukkan bahwa evaluasi afektif dan kognitif responden terhadap layanan BSI Mikro KUR berperan dalam meningkatkan kecenderungan untuk menggunakan layanan tersebut. Semakin positif sikap yang terbentuk, semakin kuat pula intensi perilaku yang ditunjukkan. Hasil ini konsisten dengan asumsi dasar model perilaku yang menempatkan sikap sebagai determinan proksimal niat.

Kedua, *reasons for* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap maupun niat. Hal ini mengindikasikan bahwa alasan-alasan yang mendukung penggunaan layanan, seperti persepsi manfaat, kemudahan prosedur, maupun kesesuaian dengan kebutuhan usaha, mampu memperkuat evaluasi positif responden serta secara langsung meningkatkan niat penggunaan. Selain itu, pengujian efek tidak langsung menunjukkan bahwa sikap memediasi secara signifikan hubungan antara *reasons for* dan niat. Dengan demikian, dalam konteks layanan BSI Mikro KUR, alasan positif bekerja melalui dua mekanisme sekaligus, yaitu secara langsung terhadap niat dan secara tidak langsung melalui pembentukan sikap.

Ketiga, *reasons against* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap, namun berpengaruh langsung dan signifikan terhadap niat. Temuan

ini menunjukkan bahwa alasan-alasan negatif, seperti persepsi risiko, kekhawatiran terhadap kewajiban pembayaran, atau ketidakpastian prosedural, tidak secara substansial mengubah evaluasi umum responden terhadap layanan, tetapi secara langsung menurunkan niat penggunaan. Hasil uji mediasi juga menegaskan bahwa sikap tidak memediasi hubungan antara *reasons against* dan niat. Dengan kata lain, ketika responden memiliki pertimbangan negatif yang kuat, niat cenderung terpengaruh secara langsung tanpa melalui perubahan sikap terlebih dahulu. Pola ini memperlihatkan bahwa dalam konteks pembiayaan mikro, pertimbangan rasional yang bersifat instrumental lebih dominan dibanding evaluasi afektif.

Keempat, *values and beliefs* tidak berpengaruh langsung terhadap sikap maupun niat. Namun demikian, konstruk ini berpengaruh signifikan terhadap *reasons for* dan *reasons against*. Selain itu, pengaruh tidak langsung *values and beliefs* terhadap niat melalui *reasons for* dan *reasons against* terbukti signifikan, sedangkan jalur mediasi melalui sikap tidak signifikan. Temuan ini mengindikasikan bahwa nilai dan keyakinan responden tidak secara langsung diterjemahkan menjadi evaluasi sikap atau niat perilaku, melainkan terlebih dahulu dikristalisasi dalam bentuk alasan-alasan spesifik yang relevan dengan konteks layanan.

Secara keseluruhan, struktur hubungan antarvariabel dalam penelitian ini menunjukkan bahwa mekanisme pembentukan niat penggunaan layanan BSI Mikro KUR lebih banyak ditentukan oleh alasan-

alasan kontekstual dibandingkan oleh nilai abstrak atau sikap umum. *Reasons for* muncul sebagai determinan paling konsisten dan komprehensif dalam meningkatkan niat, sedangkan *reasons against* berperan sebagai faktor penghambat yang bekerja secara langsung terhadap niat. Sementara itu, sikap hanya berfungsi sebagai mediator pada jalur tertentu, yaitu antara *reasons for* dan niat, namun gagal menjadi mediator pada jalur *reasons against* maupun *values and beliefs* terhadap niat.

Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan relevansi kerangka *Behavioral Reasoning Theory* dalam menjelaskan perilaku penggunaan layanan pembiayaan mikro. Model ini memperlihatkan bahwa dalam keputusan yang berkaitan dengan konsekuensi finansial nyata. Individu cenderung membentuk niat berdasarkan alasan-alasan spesifik yang bersifat praktis dan kontekstual, dibandingkan semata-mata pada evaluasi sikap atau nilai yang bersifat umum.

B. Keterbatasan

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan. Pertama, desain penelitian yang bersifat *cross-sectional* belum mampu menangkap dinamika perubahan alasan, sikap, dan niat secara longitudinal. Kedua, objek penelitian terbatas pada layanan BSI Mikro KUR sehingga generalisasi temuan ke konteks perbankan atau segmen pembiayaan lain perlu dilakukan secara hati-hati. Ketiga, model penelitian hanya memfokuskan pada konstruk utama dalam *Behavioral Reasoning Theory* tanpa memasukkan faktor eksternal lain yang berpotensi memengaruhi niat.

Keempat, data diperoleh berdasarkan persepsi responden melalui kuesioner sehingga masih memungkinkan adanya bias subjektivitas dan belum merepresentasikan perilaku aktual secara langsung.

C. Implikasi dan Saran

1. Implikasi Penelitian

a. Implikasi Teoritis

Hasil penelitian ini memperkuat relevansi *Behavioral Reasoning Theory* dalam menjelaskan pembentukan niat pada konteks layanan keuangan mikro syariah. Temuan bahwa *reasons for* menjadi determinan paling signifikan menunjukkan bahwa konstruk alasan memiliki posisi yang lebih proksimal dibandingkan nilai dan keyakinan dalam struktur kognitif pembentuk niat. Selain itu, peran sikap yang terbatas sebagai mediator parsial mengindikasikan bahwa dalam konteks pembiayaan mikro, proses pembentukan niat cenderung bersifat rasional-instrumental. Dengan demikian, penelitian ini memperkaya pengembangan BRT dengan menunjukkan bahwa kekuatan mediasi sikap bersifat kontekstual dan tidak selalu dominan dalam layanan berbasis kebutuhan ekonomi.

b. Implikasi Praktis bagi BSI

Bagi pihak BSI, khususnya pada segmen Mikro KUR, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa strategi peningkatan penggunaan layanan perlu difokuskan pada penguatan dan komunikasi *reasons for* yang konkret dan fungsional. Hal ini didasarkan pada temuan bahwa variabel

reasons for memiliki nilai yang tinggi dengan mean berkisar antara 4,33 hingga 4,47 dan TCR antara 86,52% hingga 89,36%, yang menunjukkan bahwa alasan pendukung penggunaan layanan telah terbentuk dengan baik di kalangan responden. Namun demikian, masih terdapat variasi pada beberapa indikator, yang mengindikasikan bahwa pemahaman responden terhadap manfaat layanan belum sepenuhnya merata.

Oleh karena itu, upaya sosialisasi hendaknya menekankan manfaat praktis pembiayaan, seperti kemudahan prosedur, fleksibilitas pembayaran, serta kesesuaian dengan prinsip syariah yang aplikatif bagi pelaku usaha mikro. Strategi komunikasi yang lebih spesifik dan berbasis kebutuhan nyata nasabah dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan umum. Sehingga hal tersebut dapat memperkuat alasan rasional dalam pengambilan keputusan penggunaan layanan.

Selain itu, pengelolaan persepsi terkait *reasons against* perlu dilakukan secara langsung melalui penyederhanaan prosedur, transparansi informasi, dan pendampingan nasabah. Meskipun variabel *reasons against* memiliki nilai TCR yang rendah (41,28%), yang menunjukkan bahwa hambatan relatif kecil, hasil analisis indikator menunjukkan bahwa masih terdapat aspek tertentu seperti keterbatasan informasi yang perlu diperhatikan. Hal ini mengindikasikan bahwa alasan resistif tidak secara otomatis tereduksi hanya melalui pembentukan sikap positif. Dengan demikian, pendekatan komunikasi yang berbasis rasionalisasi manfaat

dipandang lebih efektif dibandingkan pendekatan normatif yang hanya menekankan nilai.

Dalam konteks ini, BSI perlu mengkombinasikan edukasi produk dengan pendekatan praktis, seperti simulasi pembiayaan, studi kasus usaha mikro, serta pendampingan langsung kepada nasabah, sehingga manfaat layanan dapat dipahami secara konkret. Lebih lanjut, pada variabel niat yang memiliki nilai TCR tinggi 85,78% namun masih terdapat indikator dengan nilai lebih rendah mean 3,97; TCR 79,43%, menunjukkan adanya kesenjangan antara niat dan realisasi penggunaan layanan. Oleh karena itu, implikasi praktis yang perlu dilakukan adalah mengarahkan strategi pada konversi niat menjadi tindakan nyata, melalui penyederhanaan akses layanan, percepatan proses pengajuan, serta pemberian dukungan dan pendampingan bagi pelaku usaha mikro. menekankan nilai.

2. Saran

a. Bagi Instansi

Sejalan dengan temuan penelitian ini pertama, hasil uji *direct effect* menunjukkan bahwa variabel *values and beliefs* berpengaruh signifikan terhadap *reasons for* ($\beta = 0,631$; $p < 0,001$) dan *reasons against* ($\beta = -0,342$; $p < 0,001$), namun tidak berpengaruh langsung terhadap sikap dan niat. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dan nilai yang dimiliki nasabah tidak secara langsung mendorong niat penggunaan, melainkan bekerja melalui pembentukan alasan rasional. Temuan ini sejalan dengan

hasil skor responden, di mana variabel *values and beliefs* memiliki nilai yang sangat tinggi (mean 4,50; TCR 89,93%). Oleh karena itu, BSI disarankan untuk tidak hanya membangun kepercayaan secara umum, tetapi juga mengarahkan kepercayaan tersebut menjadi alasan konkret yang relevan dengan kebutuhan usaha mikro, seperti manfaat pembiayaan, kemudahan akses, dan fleksibilitas layanan.

Kedua, variabel *reasons for* terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap ($\beta = 0,561$; $p < 0,001$) dan niat ($\beta = 0,414$; $p < 0,001$), serta juga berperan secara tidak langsung melalui sikap terhadap niat ($\beta = 0,185$; $p = 0,002$). Hal ini menunjukkan bahwa *reasons for* merupakan variabel kunci dalam membentuk niat penggunaan layanan. Temuan ini didukung oleh nilai TCR yang tinggi pada variabel *reasons for* (mean 4,39; TCR 87,73%). Oleh karena itu, BSI disarankan untuk mengembangkan strategi edukasi dan promosi yang berbasis pada penguatan *reasons for* yang konkret dan fungsional, seperti menonjolkan manfaat praktis pembiayaan, kemudahan prosedur, serta kesesuaian dengan prinsip syariah yang aplikatif bagi pelaku usaha mikro.

Ketiga, variabel *reasons against* tidak berpengaruh signifikan terhadap sikap ($p = 0,389$), namun berpengaruh signifikan secara langsung terhadap niat ($\beta = -0,199$; $p = 0,009$). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun hambatan tidak mempengaruhi sikap secara langsung, keberadaannya tetap dapat menurunkan niat penggunaan layanan. Temuan ini sejalan dengan skor responden, di mana variabel *reasons against*

memiliki nilai TCR rendah (41,28%), namun tetap memiliki peran penting dalam menghambat keputusan penggunaan. Oleh karena itu, BSI perlu secara aktif mengelola dan meminimalisir hambatan melalui penyederhanaan prosedur, peningkatan transparansi informasi, serta pendampingan nasabah, khususnya dalam memahami mekanisme pembiayaan.

Keempat, variabel sikap terbukti berpengaruh signifikan terhadap niat ($\beta = 0,329$; $p < 0,001$). Hal ini menunjukkan bahwa sikap positif dapat mendorong peningkatan niat penggunaan layanan. Hal ini didukung oleh nilai TCR sikap yang tinggi (mean 4,39; TCR 87,75%). Oleh karena itu, BSI perlu menjaga konsistensi kualitas layanan dan pengalaman nasabah agar sikap positif yang telah terbentuk dapat terus dipertahankan.

Kelima, hasil analisis juga menunjukkan bahwa beberapa hubungan tidak signifikan, seperti pengaruh langsung *values and beliefs* terhadap niat dan sikap, serta pengaruh tidak langsung tertentu. Hal ini mengindikasikan bahwa pembentukan niat penggunaan layanan lebih dipengaruhi oleh proses rasionalisasi melalui *reasons for* dibandingkan hanya berdasarkan nilai atau keyakinan semata. Dengan demikian, pendekatan komunikasi yang berbasis pada manfaat nyata dan alasan rasional dinilai lebih efektif dibandingkan pendekatan normatif yang hanya menekankan nilai.

Selain itu, meskipun nilai TCR pada variabel niat tergolong tinggi (mean 4,29; TCR 85,78%). Meskipun demikian masih terdapat indikator dengan nilai lebih rendah yang menunjukkan adanya kesenjangan antara niat dan tindakan. Oleh karena itu, BSI disarankan untuk mengarahkan strategi pada konversi niat menjadi penggunaan aktual melalui kemudahan akses layanan, percepatan proses pembiayaan, serta program pendampingan bagi pelaku usaha mikro.

b. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model dengan memasukkan variabel eksternal seperti literasi keuangan, pengalaman pembiayaan sebelumnya, atau faktor sosial sebagai variabel moderasi. Selain itu, penggunaan desain longitudinal dapat memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai dinamika perubahan alasan, sikap, dan niat dari waktu ke waktu. Replikasi penelitian pada lembaga keuangan lain atau pada segmen pembiayaan berbeda juga diperlukan guna menguji konsistensi temuan dalam konteks yang lebih luas *multigroup*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbas, H. A. (2024). Behavioral Intention of Women to Use E-Learning. *International Journal of Technology and Human Interaction*, 20(1), 1–26. <https://doi.org/10.4018/IJTHI.343520>
- Addae, J. A., Ahmed, S., Ofori, K. S., Abubakari, A., & Sharma, A. (2025). Understanding users' continuance adoption of FinTechs through the lens of the behavioural reasoning theory: insights from PLS-SEM and fs-QCA. *Journal Homepage*, 3001, 1–32.
- Ahmad Fadli, Beby Karina F. Sembiring, & Syafrizal Helmi Situmorang. (2023). Analysis of Brand Image, Brand Trust, Customer Experience on Customer Satisfaction Through Perceived Value Bank Syariah Indonesia (Study At Bsi Kcp Krakatau). *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAS)*, 3(2), 445–455. <https://doi.org/10.54443/ijevas.v3i2.764>
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50, 179–211.
- Akturan, U., & Tezcan, N. (2012). Mobile banking adoption of the youth market: Perceptions and intentions. *Marketing Intelligence and Planning*, 30(4), 444–459. <https://doi.org/10.1108/02634501211231928>
- Al Mamun, A., Hayat, N., Masud, M. M., Makhbul, Z. K. M., Jannat, T., & Salleh, M. F. M. (2022). Modelling the Significance of Value-Belief-Norm Theory in Predicting Solid Waste Management Intention and Behavior. *Frontiers in Environmental Science*, 10(8), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.906002>
- Al Mamun, A., Hayat, N., Mohiuddin, M., Salameh, A. A., Ali, M. H., & Zainol, N. R. (2022). Modelling the significance of value-belief-norm theory in predicting workplace energy conservation behaviour. *Frontiers in Energy Research*, 10(September), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fenrg.2022.940595>

- Alanza, Z., Loveldy, C., Ahmad, T., Ismail, T., & Siti, S. (2021). Examining the Attitude-Behavior Gap and Adoption Intention of SHS Technology : The Role of Social Influence. *International Journal of Applied Business Research*, 3(1), 14–24. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v3i1.119>
- Albaity, M., & Rahman, M. (2021). Customer loyalty towards islamic banks: The mediating role of trust and attitude. *Sustainability (Switzerland)*, 13(19), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su131910758>
- Andrade, C. (2021a). A Student's Guide to the Classification and Operationalization of Variables in the Conceptualization and Design of a Clinical Study: Part 1. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 43(2), 177–179. <https://doi.org/10.1177/0253717621994334>
- Andrade, C. (2021b). A Student's Guide to the Classification and Operationalization of Variables in the Conceptualization and Design of a Clinical Study: Part 2. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 43(3), 265–268. <https://doi.org/10.1177/0253717621996151>
- Asther, J. A., Taibe, P., & Zubair, A. G. H. (2023). Attitude Toward Behavior, Subjective Norm, dan Perceive Behavioral Control sebagai Prediktor terhadap Kepatuhan Berlalu Lintas pada Pengendara Motor di Kota Makassar. *Jurnal Psikologi Karakter*, 3(2), 485–493. <https://doi.org/10.56326/jpk.v3i2.2353>
- Asyari, Hoque, M. E., Hassan, M. K., Susanto, P., Jannat, T., & Mamun, A. Al. (2022). Millennial Generation's Islamic Banking Behavioral Intention: The Moderating Role of Profit-Loss Sharing, Perceived Financial Risk, Knowledge of Riba, and Marketing Relationship. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(12), 1–22. <https://doi.org/10.3390/jrfm15120590>
- Badan Pusat Statistik. (2025). *Proyeksi Jumlah Penduduk menurut Kabupaten/Kota di D.I. Yogyakarta (Jiwa)*, 2025. Bps.Go.Id. <https://yogyakarta.bps.go.id/id/statistics-Tabel/2/MTMzIzI=/jumlah-penduduk-menurut-kabupaten-kota-di-d-i-yogyakarta-.html>

- Bandara, K. B. T. U. K., Prasanna, R. P. I. R., Gamage, S. K. N., & Rajapakshe, P. S. K. (2024). *Agribusiness Small and Medium Entrepreneurs ' Overall Perceptions of Institutional Support Towards Facing Technology Challenges : A Case of Sri Lanka*. 19(1), 31–48.
- Bank Syariah Indonesia. (2024). *BSI Usaha Mikro*. Bankbsi.Co.Id.
- Bank Syariah Indonesia. (2025a). *BSI KUR Mikro*. Bankbsi.Co.Id.
<https://www.bankbsi.co.id/produk%26layanan/produk/bsi-kur-mikro?>
- Bank Syariah Indonesia. (2025b). *Konsisten Dukung UMKM Semakin Berdaya, BSI Dapat Alokasi Rp17 Triliun KUR Syariah Tahun Ini*. Bankbsi.Co.Id.
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/konsisten-dukung-umkm-semakin-berdaya-bsi-dapat-alokasi-rp17-triliun-kur-syariah-tahun-ini?>
- Bank Syariah Indonesia. (2025c). *No Title*. Bankbsi.Co.Id.
<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/bsi-optimalkan-ekosistem-pasar-kian-fokus-garap-transaksi-ritel-umkm?>
- Barroga, E., & Matanguihan, G. J. (2022). A Practical Guide to Writing Quantitative and Qualitative Research Questions and Hypotheses in Scholarly Articles. *Journal of Korean Medical Science*, 37(16), 1–18.
<https://doi.org/10.3346/jkms.2022.37.e121>
- Berakon, I., Aji, H. M., & Hafizi, M. R. (2022). Impact of digital Sharia banking systems on cash-waqf among Indonesian Muslim youth. *Journal of Islamic Marketing*, 13(7), 1551–1573. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2020-0337>
- Berakon, I., Wibowo, M. G., Nurdany, A., & Aji, H. M. (2023). An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector. *Journal of Islamic Marketing*, 14(1), 289–316. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0064>
- Bland, E., Changchit, C., Changchit, C., Cutshall, R., & Pham, L. (2024). Investigating the Components of Perceived Risk Factors Affecting Mobile Payment Adoption. *Journal of Risk and Financial Management*, 17(6), 1–18.

<https://doi.org/10.3390/jrfm17060216>

BSI. (2025). *Segmen Usaha Tetap Menggeliat, Pembiayaan SME BSI Naik Dobel Digit*. Bankbsi.Co.Id/.

<https://www.bankbsi.co.id/news-update/berita/segmen-usaha-tetap-menggeliat-pembiayaan-sme-bsi-naik-dobel-digit>

Carlos Rodríguez, J., Van der Merwe, J., Muarif Wahid, S., Putra Cesna, G., & Aditiya Prabowo, D. (2024). Improving Natural Resource Management through AI: Quantitative Analysis using SmartPLS. *International Transactions on Artificial Intelligence (ITALIC)*, 2(2), 135–142. <https://doi.org/10.33050/italic.v2i2.548>

Cerar, J., Nell, P. C., & Reiche, B. S. (2021). The declining share of primary data and the neglect of the individual level in international business research. *Journal of International Business Studies*, 52(7), 1365–1374.

Černelč, M. L., Erčulj, V., & Grosek, Š. (2024). Attitudes and awareness in autonomous decision on medical treatment or inclusion in clinical trials amongst Slovenian adolescents: an online survey. *BMC Medical Education*, 10, 1–16. <https://doi.org/10.1186/s12909-024-06164-w>

Chen, Q., Bao, J., & Zang, Y. (2024). The knowledge, attitude, and intention to use internet-based mental health services: A serial mediation model. *Internet Interventions*, 37(October 2023), 100755.

Claudy, M. C., Peterson, M., & O'Driscoll, A. (2013). Understanding the Attitude-Behavior Gap for Renewable Energy Systems Using Behavioral Reasoning Theory. In *Journal of Macromarketing* (Vol. 33, Issue 4). <https://doi.org/10.1177/0276146713481605>

Darmansyah, Fianto, B. A., Hendratmi, A., & Aziz, P. F. (2020). Factors determining behavioral intentions to use Islamic financial technology: Three competing models. *Journal of Islamic Marketing*, 12(4), 794–812. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2019-0252>

- Dedy Sukmana. (2024). Financial Access and Financial Risk Attitudes towards Improving Microenterprise Performance. *Journal of Electrical Systems*, 20(7s), 1187–1190. <https://doi.org/10.52783/jes.3673>
- Dennis Shabri Alfani, Agung Yuniarto M.S, & Radityo Putro Handrito. (2023). the Effect of Perceived Ease of Use on Intention To Use on Bank Syariah Indonesia Mobile Banking Users Is Mediated By E-Trust and Religiosity As Moderators. *International Journal of Economic, Business, Accounting, Agriculture Management and Sharia Administration (IJEBAAS)*, 3(4), 1248–1259. <https://doi.org/10.54443/ijeabas.v3i4.1024>
- Dharma, D., & Pamungkas, A. (2023). Then Influence of Perceived Value and Product Involment Towards Purchase Intention Mediated by Attitude. *Journal of World Science*, 2(7), 989–997.
- Dhir, A., Koshta, N., Goyal, R. K., Sakashita, M., & Almotairi, M. (2021). Behavioral reasoning theory (BRT) perspectives on E-waste recycling and management. *Journal of Cleaner Production*, 280, 1–13.
- Dwiyanti, I. G. K. A., & Dewa Gede Wirama. (2024). Behavioural Reasoning Theory Perspectives: Hospitality Accounting System Adoption. *Jurnal Akuntansi*, 28(3), 438–456. <https://doi.org/10.24912/ja.v28i3.2151>
- Eid, R., & El-gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477–488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003>
- Engidaw, A. E. (2022). Small businesses and their challenges during COVID-19 pandemic in developing countries: in the case of Ethiopia. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1), 1–14.
- F, J., Jr, H., C, W., J, B. barry, E, B. R., & Edition, A. S. (2014). Multivariate Data Analysis. In *Neuromarketing in India: Understanding the Indian Consumer*. British Library. <https://doi.org/10.4324/9781351269360>
- Fahriyatun, F., Kosmaryandi, N., & Hariyadi, S. (2024). Partial Least Square-

Structural Equation Modeling as a Model of Community Participation in Macroplastic Waste Management in Cikapundung River (Case Study : Baleendah District) Bandung Regency. *Journal of Natural Resources and Environmental Management*, 708–718.

Fauzi, M. A., Hanafiah, M. H., & Kunjuraman, V. (2024). Tourists' intention to visit green hotels: building on the theory of planned behaviour and the value-belief-norm theory. *Journal of Tourism Futures*, 10(2), 255–276. <https://doi.org/10.1108/JTF-01-2022-0008>

Fitriani, D., & Nazaruddin. (2022). Ijarah dalam Sistem Perbankan Syariah. *Al-Hiwalah*, 1(1), 37–52.

Franziska, N., & Alina, A. (2024). Elevating theoretical insight and predictive accuracy in business research : Combining PLS-SEM and selected machine learning algorithms. *Journal of Business Research*, 173(November 2023), 114453. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.114453>

Garrido-castro, E., Valdelomar-muñoz, S., Torres-ruiz, F. J., & Murgado-armenteros, E. M. (2025). Knowledge as a Key Factor in Consumption and Its Importance for Agrifood Product Communication. *Journal of Food Science*, 1–15. <https://doi.org/10.1111/1750-3841.70528>

Ghasemi, A., Hosseinpanah, F., Kashfi, K., & Bahadoran, Z. (2025). Research Hypothesis: A Brief History, Central Role in Scientific Inquiry, and Characteristics. *Addiction and Health*, 17(Figure 1), 1–13.

Hagger, M. S., & Hamilton, K. (2025). Progress on theory of planned behavior research: advances in research synthesis and agenda for future research. *Journal of Behavioral Medicine*, 48(1), 43–56.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., Danks, N. P., & Ray, S. (2021). *Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) Using R*. Springer International Publishing. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-80519-7>

- Hair, J. F., Hult, G. T., Ringle, C., & Sarstedt, M. (2017). A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) - Joseph F. Hair, Jr., G. Tomas M. Hult, Christian Ringle, Marko Sarstedt. In *Sage*.
- Hamdan, F. (2018). The Role Of Religiosity In Improving The Intention Of Buying Sharia Micro Insurance Products . Case Study Of Bogor Bmt. *Review of Islamic Economics Amd Finance (RIEF)*, 1(2), 43–51.
- Harahap, D., Afandi, A., & Siregar, T. M. (2023). the Islamic Banking Customers' Intention To Use Digital Banking Services: an Indonesian Study. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 9(3), 533–558. <https://doi.org/10.21098/jimf.v9i3.1673>
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: Updated guidelines. *Industrial Management and Data Systems*, 116(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/IMDS-09-2015-0382>
- Hoque, M. N., Rahman, M. K., Said, J., Begum, F., & Hossain, M. M. (2022). What Factors Influence Customer Attitudes and Mindsets towards the Use of Services and Products of Islamic Banks in Bangladesh? *Sustainability (Switzerland)*, 14(8), 1–19. <https://doi.org/10.3390/su14084703>
- Hosen, M. N., Lathifah, F., & Jie, F. (2021). Perception and expectation of customers in Islamic bank perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 12(1), 1–19. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2018-0235>
- Hossan, D., Dato' Mansor, Z., & Jaharuddin, N. S. (2023). Research Population and Sampling in Quantitative Study. *International Journal of Business and Technopreneurship (IJBT)*, 13(3), 209–222.
- Ibrahim, M. (2025). *Konsisten Berdayakan UMKM, BSI Dapat Alokasi Rp17 Triliun KUR Syariah*. Infobanknews.Com. <https://infobanknews.com/konsisten-berdayakan-umkm-bsi-dapat-alokasi-rp17-triliun-kur-syariah/>
- Ikhsan, M. A., & Wulandari, R. (2024). Impact of attitude, subjective norms, and

- perceived behavioural control on intention to invest in retail green sukuk among Muslim millennials in Jabodetabek. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 149–168. <https://doi.org/10.20885/jielariba.vol10.iss1.art9>
- Jadil, Y., Rana, N. P., & Dwivedi, Y. K. (2022). Understanding the drivers of online trust and intention to buy on a website: An emerging market perspective. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100065>
- Kemenko PMK. (2023). *Kewirausahaan Pemuda Berperan Untuk Wujudkan Indonesia Maju*. Kemenkopmk.Go.Id. <https://www.kemenkopmk.go.id/kewirausahaan-pemuda-berperan-untuk-wujudkan-indonesia-maju>
- Kementerian Keuangan Republik Indonesia. (2021). *Tata Cara Pemberian Subsidi Bunga/Subsidi Margin Dalam Rangka Mendukung Pelaksanaan Program Pemulihan Ekonomi Nasional*. 1–56.
- Kim, S., Kwon, H. J., & Kim, H. (2023). Mobile Banking Service Design Attributes for the Sustainability of Internet-Only Banks: A Case Study of KakaoBank. *Sustainability (Switzerland)*, 15(8), 1–17.
- Kock, N. (2014). Advanced Mediating Effects Tests, Multi-Group Analyses, and Measurement Model Assessments in PLS-Based SEM. *International Journal of E-Collaboration*, 10(1), 1–13. <https://doi.org/10.4018/ijec.2014010101>
- Komite Nasional Keuangan Syariah. (2018). Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024. In D. B. Ekonomi (Ed.), *Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/ Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (Pertama)*. Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. https://knks.go.id/storage/upload/1573459280-MasterplanEksyar_Preview.pdf
- Koo, M., & Yang, S. (2025). Likert-Type Scale. *Encyclopedia*, 1–11.
- Krysovaty, A., Ptashchenko, O., Kurtsev, O., & Ovagin, A. (2024). The Concept

of Inclusive Economy as a Component of Sustainable Development. *Problemy Ekonomii*, 19(1), 164–172. <https://doi.org/10.35784/preko.5755>

Kwame, T., & Mensah, N. (2025). Financial Technology and Its Effects on Small and Medium-scale Enterprises in Ghana: An Explanatory Research. *Asian Journal of Economics, Business and Accounting*, 25(3), 268–284.

Maharani, S., Nurbaiti, N., & Dharma, B. (2024). Contribution of Sharia fintech to micro, small, and medium enterprises' inclusivity in Kisaran City. *Journal of Islamic Economics Lariba*, 10(1), 117–130.

Majid, R. (2021). The Role of Religiosity in Explaining the Intention to use Islamic FinTech Among MSME Actors. *International Journal of Islamic Economics and Finance (IJIEF)*, 4(2), 207–232.

Maksum, & Haryono, S. (2024). Determinants of Consumption Value on Intention to Use Shariah Mobile Banking: Exploring the Role of Consumer Preference. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 7(1), 44–58.

McCaffrey, S. A., Zdinak, J. P., Plunkett, S., Becker, E., Lewis, J. N., & Black, R. A. (2021). Development and validation of behavioral intention measures of an E-vapor product: intention to try, use, dual use, and switch. *Health and Quality of Life Outcomes*, 19(1), 1–13. <https://doi.org/10.1186/s12955-021-01764-2>

Md Zan, S. N. A., & Mahaini, M. G. (2024). the Impact of Religious Beliefs on Attitude Towards Islamic Payment Methods: a Study of Malaysian Individuals in Turkey. *Journal Islamic Philanthropy and Social Finance*, 6(1), 51–64. https://doi.org/10.24191/jipsf/v6n12024_51-64

Mitrofanova, E., Pummell, E. K. L., Mulrooney, H. M., & Petróczi, A. (2021). Using Behavioural Reasoning Theory to Explore Reasons for Dietary Restriction: A Qualitative Study of Orthorexic Behavioural Tendencies in the UK. *Frontiers in Psychology*, 12(July), 1–14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.685545>

Mudalige, H. M. N. K. (2023). Emerging new themes in green finance: a systematic

- literature review. *Future Business Journal*, 9(1), 1–20.
<https://doi.org/10.1186/s43093-023-00287-0>
- Mukhtar, N., Kamin, Y. Bin, Sukri, M., & Saud, B. (2022). Quantitative validation of a proposed technical sustainability competency model: A PLS-SEM approach. *Frontiers in Sustainability*, 1–20.
- Murray, L., Nguyen, H., Lee, Y.-F., Remmenga, M. D., & Smith, D. W. (2012). Variance Inflation Factors in Regression Models With Dummy Variables. *Conference on Applied Statistics in Agriculture*, 161–177.
<https://doi.org/10.4148/2475-7772.1034>
- Muslichah, I., & Sanusi, S. (2019). The effect of religiosity and financial literacy on intention to use Islamic banking products. *Asian Journal of Islamic Management (AJIM)*, 1(2), 85–92.
- Musyaffi, A. M., Santika, A. Z., Zairin, G. M., Johari, R. J., Rosnidah, I., & Mentari, M. (2023). Overcoming Barriers to Green Banking Adoption: Insights from Innovation Resistance Theory. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(11), 3539–3548.
<https://doi.org/10.18280/ijstdp.181118>
- Mutasowifin, A., & Sutisna, C. (2023). MSME's Financing Decisions and the Roles of Financial Literacy and Microbusiness Demographics. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 445–460.
- Nanjundeswaraswamy, T. S., & Divakar, S. (2021). Determination of Sample Size and Sampling Methods in Applied Research. *Proceedings on Engineering Sciences*, 3(1), 25–32. <https://doi.org/10.24874/pes03.01.003>
- Nugraha, K., Arief, M., Abdinagoro, S. B., & Heriyati, P. (2022). Factors Influencing Bank Customers' Orientations toward Islamic Banks: Indonesian Banking Perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 14(19), 1–18.
<https://doi.org/10.3390/su141912506>
- Nyimbili, F., & Nyimbili, L. (2024). Types of Purposive Sampling Techniques with

- Their Examples and Application in Qualitative Research Studies. *British Journal of Multidisciplinary and Advanced Studies*, 5(1), 90–99. <https://doi.org/10.37745/bjmas.2022.0419>
- Ofem, B. I., & Mchi, A. A. (2023). Variable Conceptualisation and Measurement in Environmental Research. *International Journal of Methodology*, 2(1), 2–11. <https://doi.org/10.21467/ijm.2.1.5991>
- Otoritas Jasa Keuangan. (2024). *Siaran Pers Bersama: OJK dan BPS Umumkan Hasil Survei Nasional Literasi dan Inklusi Keuangan Tahun 2024*. Otoritas Jasa Keuangan. <https://ojk.go.id/id/berita-dan-kegiatan/siaran-pers/Pages/OJK-dan-BPS-Umumkan-Hasil-Survei-Nasional-Literasi-dan-Inklusi-Keuangan-Tahun-2024.aspx>
- Paliliunas, D. (2022). Values: A Core Guiding Principle for Behavior-Analytic Intervention and Research. *Behavior Analysis in Practice*, 15(1), 115–125. <https://doi.org/10.1007/s40617-021-00595-3>
- Pemda DIY. (2025). *Aplikasi Dataku Daerah Istimewa Yogyakarta*. Bapperida.Jogja. https://bapperida.jogjaprov.go.id/dataku/data_dasar/cetak/107-umkm
- Permanasari, L., Khunaifih, R., & Aini, N. (2024). Empowerment of SMES Through Access to Sharia Banking Financing For Local Economic Improvement. *Journal of Community Engagement in Economics*, 2(1), 35–45.
- Piaw, C. Y. (2023). *A Step by Step Guide PLS-SEM Data Analysis Using SMARTPLS 4*. Researchtree Education.
- Pilcher, N., & Cortazzi, M. (2024). “Qualitative” and “quantitative” methods and approaches across subject fields: implications for research values, assumptions, and practices. In *Quality and Quantity* (Vol. 58, Issue 3). Springer Netherlands. <https://doi.org/10.1007/s11135-023-01734-4>
- Pokhrel, L., Dangi, B. B., Chaudhary, M. K., & Giri, B. (2024). Purchase Intention of Green Financial Products: Application of Behavioral Reasoning Theory.

Business Perspectives and Research, 1–16.

- Ponizovskiy, V., Grigoryan, L., Kühnen, U., & Boehnke, K. (2019). Social Construction of the Value – Behavior Relation. *Frontiers in Psychology*, 10(May), 1–12. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00934>
- Purwanto, P., Abdullah, I., Ghofur, A., Abdullah, S., & Elizabeth, M. Z. (2022). Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation: an extension of the theory of planned behaviour. *Cogent Business and Management*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>
- Purwanto, P., Dasuki, A. I., & Ghofur, A. (2022). Attitude and Behaviour Intention of Muslim Z Generation to Save in Islamic Banks : The Role of Knowledge and Religiosity. *Jurnal Ekonomi Islam*, 13(2), 259–282. <https://doi.org/10.21580/economica.2022.13.2.11519>
- Purwanto, P., Abdullah, I., Ghofur, A., & Abdullah, S. (2022). Cogent Business & Management Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation : an extension of the theory of planned behaviour Adoption of Islamic microfinance in Indonesia an empirical investigation : an extension of the theory o. *Cogent Business & Management*, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.1080/23311975.2022.2087466>
- Putra, W. P., S, P. P., & Shevana, N. Z. (2022). Journal of Economics , Management , Accounting and Computer Applications Green Awareness and Green Attitude as Predictors of Green Purchase Intention : A Study on Green Cosmetic Consumers in. *Journal of Economics, Management, Accounting and Computer Applications*, 40–45.
- R, S. D., & Perumandla, S. (2023). Do individuals' resist green home investment decisions? An empirical study from status quo bias and inertia perspective. *Frontiers in Sustainable Cities*, 5, 1–14.
- Rahman, M. K., Nazmul, M., Id, H., Norzehan, S., Yusuf, S., Nor, M., Bin, H., & Begum, F. (2023). Do customers ' perceptions of Islamic banking services

predict satisfaction and word of mouth? Evidence from Islamic banks in Bangladesh. *Plos One*, *18*(1), 1–18.

- Ranjbar, F., Karimi, M., Zare, E., & Ghahremani, L. (2024). The effect of educational intervention based on the behavioral reasoning theory on self-management behaviors in type 2 diabetes patients: a randomized controlled trial. *BMC Public Health*, *24*(1), 1–12. <https://doi.org/10.1186/s12889-024-19207-0>
- Rao, K. S., Rao, B., & Acharyulu, G. V. R. K. (2021). Examining ePWOM-purchase intention link in Facebook brand fan pages: Trust beliefs, value co-creation and brand image as mediators. *IIMB Management Review*, *33*(4), 309–321. <https://doi.org/10.1016/j.iimb.2021.11.002>
- Rijnhart, J. J. M., Lamp, S. J., Valente, M. J., MacKinnon, D. P., Twisk, J. W. R., & Heymans, M. W. (2021). Mediation analysis methods used in observational research: a scoping review and recommendations. *BMC Medical Research Methodology*, *21*(1), 1–17.
- Riptiono, S., Susanti, D. N., Rhamdhani, I. M., Anggraeni, A. I., & Prasetyo, A. (2021). Parsing religiosity and intention to use Islamic mobile banking in Indonesia. *Banks and Bank Systems*, *16*(4), 34–44.
- Rohman, P. S., Fianto, B. A., Ali Shah, S. A., Kayani, U. N., Suprayogi, N., & Supriani, I. (2021). A review on literature of Islamic microfinance from 2010-2020: lesson for practitioners and future directions. *Heliyon*, *7*(12), 1–11. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e08549>
- Sahu, A. K., Padhy, R. K., & Dhir, A. (2020). Envisioning the future of behavioral decision-making: A systematic literature review of behavioral reasoning theory. *Australasian Marketing Journal*, *28*(4), 145–159. <https://doi.org/10.1016/j.ausmj.2020.05.001>
- Sampene, A. K., Li, C., & Wiredu, J. (2024). Unravelling the shift: exploring consumers' adoption or resistance of E-Pharmacy through behavioural

reasoning theory. *BMC Public Health*, 24, 1–19.

Saptadi, S., Abdussalam, M., Fadhila, R. N., & Wicaksono, P. A. (2025). Behavioral Reasoning Theory in E-Business Adoption: a Systematic Review of Applications in Food and Beverage SMES. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(3), 1–34.

Schwartz, S. H. (2012). An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. *International Association for Cross-Cultural Psychology*, 2(1), 1–20.

Setiawan, M., Widjojo, R., & Purnama Alamsyah, D. (2023). Consumers' reasonings for intention to purchase natural personal care products in Indonesian market. *Cogent Business and Management*, 11(1), 1–17. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2289205>

Setin, S., Sembel, R., Sudibyo, Y. A., & Purwanti, A. (2022). The roles of organizational politics and procedural fairness in the relationship between performance evaluation systems and budget gaming behavior. *Gadjah Mada International Journal of Business*, 24(3), 245–268.

Sheikh, A. A., Yousaf, M. F., Alshuaibi, M. S., Tariq, B., Durrani, S., Hameed, I., Raza, S. H., Yousaf, M., & Badawy, M. (2025). Modeling a value-attitude-behavior framework and personality traits: examining consumers' green purchase behavior for environmentally friendly technology products. *Discover Sustainability*, 6(1), 1–23. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01605-y>

Sintia, L., Siagian, Y. M., & Kurniawati, K. (2023). The Determinants of Purchase Intention in Social Commerce. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 14(1), 214–237. <https://doi.org/10.18196/mb.v14i1.15754>

Subchi, I., Jahar, A. S., & Prasetyowati, R. A. (2024). Is Social Capital Determinant in Developing Islamic Microfinance Institutions? *Etikonomi*, 23(1), 233–248. <https://doi.org/10.15408/etk.v23i1.31769>

Supriyandi, & Anwar, S. (2023). Murabahah Financing Contracts in Bank Syariah

Indonesia Parepare. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 9(03), 4295–4307.

Supriyanto, B. E. (2024). *Mendorong Pertumbuhan Ekonomi lewat KUR dan Insentif UMKM*. Ditjen Perbendaharaan Kemenkeu RI KPPN WATAMPONE. <https://djp.kemenkeu.go.id/kppn/watampone/id/profil/309-artikel/3796-mendorong-pertumbuhan-ekonomi-lewat-kur-dan-insentif-umkm.html>

Suryani, S. (2015). Customers' perceived value towards the service in Islamic banking: Confirmatory factor analysis. *Journal of Economics, Business & Accountancy Ventura*, 18(2), 201–212.

Suseno, A., Bidayati, U., & Waeno, M. (2024). Intrinsic religiosity and purchase intention : The role of attitude and moral efficacy. *Jurnal Fokus Manajemen Bisnis*, 14(2), 227–240.

Suseno, P., & Fitriyani, Y. (2018). Role of Islamic Finance Development to Financial Inclusion: Empirical Study in Islamic Banking Countries. *Jurnal Ekonomi & Keuangan Islam*, 4(1), 1–8.

Tai, Y. H., Nwachukwu, P. T. T., LePage, B. A., & Fang, W. T. (2024). Examining customer intentions to purchase intelligent robotic products and services in Taiwan using the theory of planned behaviour. *BMC Psychology*, 12(1), 1–18. <https://doi.org/10.1186/s40359-024-01683-z>

Tandon, A., Dhir, A., Kaur, P., Kushwah, S., & Salo, J. (2020). Behavioral reasoning perspectives on organic food purchase. *Appetite*, 154(June), 104786. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2020.104786>

Tavri, P. (2007). Value action gap: a major barrier in sustaining behaviour change Purva. *ACADEMIA Letters*, March 2021, 1–5.

Tufail, H. S., Yaqub, R. M. S., Alsuhaibani, A. M., Ramzan, S., Shahid, A. U., & S. Refat, M. (2022). Consumers' Purchase Intention of Suboptimal Food Using Behavioral Reasoning Theory: A Food Waste Reduction Strategy. *Sustainability (Switzerland)*, 14(14), 1–14.

- Ubaidilah, Solikha, A. F., & Azahra, P. K. (2024). Journal of Finance and Islamic Banking Vol. 7 No. 1 January - June 2024. *Journal of Finance and Islamic Banking*, 7(1), 102–123. <https://doi.org/10.22515/jfib.v7i2.10017>
- Wei, N., Liang, Y., Wang, H., & Liu, M. (2025). Analysis of mobile fintech adoption based on perceived value and risk theory: findings from PLS-SEM and fsQCA. *Humanities & Social Sciences Communications*, 1–22.
- Westaby, J. D. (2005). Behavioral reasoning theory: Identifying new linkages underlying intentions and behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 98(2), 97–120.
- World Bank. (2021). *Global Findex Database 2021*. Worldbank.Org. <https://www.worldbank.org/en/publication/globalfindex/report>
- World Bank. (2025). *Financial Inclusion*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org/en/topic/financialinclusion/overview>
- Xie, X., Gong, C., Su, Z., Nie, Y., & Kim, W. (2024). Consumers' Behavioral Willingness to Use Green Financial Products: An Empirical Study within a Theoretical Framework. *Behavioral Sciences*, 14(8), 1–17. <https://doi.org/10.3390/bs14080634>
- Yoo, W., Mayberry, R., Bae, S., Singh, K., He, Q. (Peter), & Jr, J. W. L. (2015). A Study of Effects of MultiCollinearity in the Multivariable Analysis. *Institutes Health of National*, 4(5), 9–19.
- Yucel, O., Celik, G., & Yilmaz, Z. (2023). Sustainable Investment Attitudes Based on Sustainable Finance Literacy and Perceived Environmental Impact. *Sustainability (Switzerland)*, 15(22), 1–20.
- Yulanzy, S. E. (2024). A Systematic Literature Review of Religiosity On Customer Decisions in Choosing Syariah Bank. *Jurnal Riset Ilmu Pendidikan Islam*, 1(4), 252–264.
- Zafar, S., Badghish, S., Yaqub, R. M. S., & Yaqub, M. Z. (2023). The Agency of

Consumer Value and Behavioral Reasoning Patterns in Shaping Webrooming Behaviors in Omnichannel Retail Environments. *Sustainability (Switzerland)*, 15(20), 1–21. <https://doi.org/10.3390/su152014852>

Zaid, Z. (2019). Attitudes towards Islamic Banks : The Impact of Religiosity and the Moderating Role of Trust. *International Journal of Accounting & Finance Review*, 4(2), 29–36.

Zhuang, W., Luo, X., & Riaz, M. U. (2021). On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach. *Frontiers in Psychology*, 12(April), 1–15. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644020>

Zulfikri, Z., Kassim, S., Hassan, A., & Othman, A. (2023). A Conceptual Framework of the Blockchain Technology Adoption for Zakat Institution in Indonesia. *European Journal of Islamic Finance*, 2421–2172. <https://doi.org/10.13135/2421-2172/7221>

